

ส่วนที่ 1

การประกอบธุรกิจ

1. นโยบายและภาพรวมการประกอบธุรกิจ

บริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายกระสอบทรายแรกในประเทศไทย ได้ริเริ่มก่อตั้งขึ้นโดย จอมพลผิน ชุณหะวัณ กับ นายเลื่อน บัวสุวรรณ พร้อมด้วยทหาร ตำรวจ พ่อค้า ประชาชน ได้ประชุมก่อตั้ง บริษัท กระสอบอีสาน จำกัด ขึ้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม 2496 และได้จดทะเบียนการจัดตั้งบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2496

ต่อมาเมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2502 บริษัทได้มีการแปรสภาพเป็นรัฐวิสาหกิจ โดยมีกระทรวงการคลังเข้าซื้อหุ้นเกือบทั้งหมด จนกระทั่งเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2530 บริษัทถือเป็นรัฐวิสาหกิจแห่งแรกที่ได้รับการแปรสภาพเป็นบริษัทเอกชน และในปีเดียวกันได้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และในปี 2537 ได้จดทะเบียนแปรสภาพนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติบริษัทมหาชนจำกัด ภายใต้ชื่อ “บริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)” ดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปอ ต่อมาในปี 2534 บริษัทเพิ่มสายผลิตภัณฑ์พลาสติกขึ้นเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ใช้สินค้าประเภทบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบัน บริษัทมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากพลาสติก และยังคงแนวทางในการพัฒนาคุณภาพสินค้า และการบริการอย่างต่อเนื่อง จากการวางรากฐานในปี 2555-2556 โดยการย้ายฐานการผลิตจาก ต.จอหอ จ.นครราชสีมา ไปยังเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา และมีการปรับปรุงออกแบบอาคารโรงงานลงทุนเครื่องจักรใหม่ และพัฒนาระบบการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพจนได้รับรองมาตรฐานสากล ISO9001, GMP, HACCP, Green Industry และ มอก.

นอกจากนี้ บริษัทได้มีการลงทุนในบริษัทร่วม คือ บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน) ในสัดส่วนร้อยละ 12.51 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 โดยบริษัทร่วมดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร พร้อมระบบสาธารณูปโภคอย่างครบถ้วน ตั้งอยู่กิโลเมตรที่ 46 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แบ่งเป็นพื้นที่เขตอุตสาหกรรม เขตที่อยู่อาศัย เขตพาณิชยกรรม และเขตปลอดอากร นอกจากนี้ยังได้ขยายการลงทุนใหม่ไปยังเขตส่งเสริมอุตสาหกรรม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งอยู่พื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน (เขต 3) ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI โดยมีพื้นที่โครงการประมาณ 2,000 ไร่ ถือเป็นนิคมที่ทันสมัยที่สุดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งปัจจุบันโรงงานของบริษัท ได้ย้ายเข้ามาตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรม นวนคร อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา นี้เช่นเดียวกัน

1.1 วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

วิสัยทัศน์

บริษัทมีวิสัยทัศน์ที่จะเป็นผู้นำทางด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า และด้านคุณภาพและบริการ ซึ่งไม่ได้เน้นหนักแต่เพียงผลิตภัณฑ์กระสอบพลาสติกเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการขยายสายผลิตภัณฑ์ไปสู่บรรจุภัณฑ์อื่นๆอีกด้วย โดยยึดมั่นตามนโยบายของบริษัท “คุณภาพ ตรงเวลา และราคายุติธรรม”

เป้าหมายการดำเนินธุรกิจ

1. ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพราคายุติธรรม และส่งมอบทันเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าและผู้บริโภคผู้ใช้สินค้าจากบรรจภัณฑ์ของบริษัท
2. เพิ่มยอดขายในปี ให้เติบโตขึ้นจากปีที่แล้วไม่น้อยกว่า 10 %
3. มีผลประกอบการประจำปีเป็นกำไรสุทธิ
4. มีช่องทางที่มาของรายได้ที่หลากหลาย เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาเฉพาะรายได้จากการขายบรรจภัณฑ์พลาสติก
5. ดำเนินธุรกิจโดยยึดถือความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ อาทิ พนักงาน ลูกค้า คู่ค้า เจ้าหนี้ สังคม ภาครัฐ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

กลยุทธ์ในการดำเนินงานของบริษัท

1. การปรับเปลี่ยน Business Model ใหม่ ในรูปแบบ The One Stop Service Packaging Solution เพื่อเป็นผู้ให้บริการด้านบรรจภัณฑ์ทุกประเภทแบบครบวงจร ตั้งแต่การออกแบบจนถึงส่งมอบสินค้า และเพิ่มยอดขายด้วยการ Outsource บางส่วน ทำให้ลดข้อจำกัดด้านกำลังการผลิต สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น
2. ปรับปรุงพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษารฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ รวมถึงมุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์อันดี โดยใช้หน่วยงานลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เป็นศูนย์กลาง
3. ลดการสูญเสียจากการผลิต และเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการทางด้านต่างๆ โดยการฝึกอบรมพนักงาน การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ตลอดจนใช้เทคโนโลยี เข้ามาช่วยอำนวยความสะดวก ควบคุมและตรวจสอบใน การทำงานให้เกิดประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น
4. ขยายสายการผลิตไปยังบรรจภัณฑ์อื่นๆ เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มยอดขายและสร้างผลกำไร โดย บริษัททำการขยายธุรกิจโดยการลงทุนในเครื่องจักรและการผลิต สำหรับบรรจภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่าตลาดกระสอบพลาสติกหลายเท่าตัว และเป็นบรรจภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 อีกทั้งยังไม่มี ความเสี่ยงจากฤดูกาลของสินค้าที่ใช้บรรจภัณฑ์ชนิดนี้ โดยได้เริ่มผลิตและจำหน่ายสินค้านี้ตั้งแต่วันที่ 2 ปี 2560
5. การลดค่าใช้จ่ายในการบริหาร รวมถึงค่าตอบแทนกรรมการ เพื่อให้สอดคล้องกับขนาดของกิจการ
6. กระจายความเสี่ยง (Diversify) และขยายตลาด โดยพิจารณาสัดส่วนกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทอุตสาหกรรมตาม ฤดูกาลของสินค้าทางการเกษตร เพื่อรักษายอดขายให้มีความสม่ำเสมอ
7. มุ่งเน้นการทำโครงการความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อย่างต่อเนื่อง เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนในอนาคต

1.2 การเปลี่ยนแปลงและแผนการที่สำคัญ

บริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 2 กรกฎาคม 2496 ในชื่อบริษัท กระสอบอีสาน จำกัด (NORTH EAST JUTE MILL COMPANY LIMITED) มีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 10 ล้านบาท เพื่อดำเนินธุรกิจเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปอ บริษัทได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2530 ต่อมาในปี 2534 บริษัทเพิ่มสายผลิตภัณฑ์พลาสติกขึ้นเพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ใช้สินค้าประเภทบรรจภัณฑ์

ในปี 2550 เนื่องจากปริมาณความต้องการของตลาดที่ลดลง และการขาดแคลนวัตถุดิบปอ บริษัทจึงยกเลิกส่วนงานการผลิตผลิตภัณฑ์ปอ ตามมติที่ประชุมคณะกรรมการครั้งที่ 10/2550 เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2550 ปัจจุบันบริษัทจึงมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพียงอย่างเดียว

ต่อมาในปี 2554 บริษัทได้ย้ายโรงงานการผลิตจาก ต.จอหอ อ.เมือง จ.นครราชสีมา มายังเขตส่งเสริมอุตสาหกรรม นวนคร อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา บนพื้นที่ 19-3-45 ไร่ ปัจจุบันบริษัท ใช้พื้นที่โดยแบ่งเป็น อาคารสำนักงานพื้นที่ 600 ตารางเมตร อาคารผลิต 1 (Flexible Packaging) สำหรับการผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนพื้นที่ 3,600 ตารางเมตร อาคารผลิต 2 (Finishing) สำหรับการผลิต เคลือบ ตัด และเย็บพื้นที่ 2,900 ตารางเมตร ส่วนอาคารผลิต 3 เป็นส่วนผลิตเส้น เทปและผืนผ้า ขนาด 3,600 ตารางเมตร รวมพื้นที่การผลิตทั้งสิ้น 10,100 ตารางเมตร อาคารคลังสินค้าพื้นที่ 600 ตารางเมตร และโรงอาหาร

ปี 2559 บริษัทได้ขออนุมัติผู้ถือหุ้นเพื่อออกหุ้นเพิ่มทุนให้กับผู้ถือหุ้นรายเดิม (RO) เป็นจำนวน 965,518,334 หุ้น จำนวนหุ้นรวมที่ขายได้ 416,819,746 หุ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุนขยายกิจการ เพิ่มสายการผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ซึ่งที่ประชุมผู้ถือหุ้นมีมติอนุมัติการเพิ่มทุน

ปี 2560 บริษัทได้ลงทุนในการจัดหาเครื่องจักรสำหรับสายการผลิตสินค้าบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน รวมถึงการปรับปรุงพื้นที่เพื่อการรองรับระบบการทำงาน สรรหาแรงงานที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางสำหรับสายงานการผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนเพิ่มเติม และสามารถเริ่มผลิตสินค้าและรับรู้รายได้เมื่อเดือนพฤษภาคม 2560 โดยมีกำลังการผลิตรวม 1,000,000 เมตรต่อเดือน (1 กะการผลิต)

ปี 2561 บริษัทได้ขออนุมัติผู้ถือหุ้นขายหุ้นเพิ่มทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นแบบเฉพาะเจาะจง(PP) คือบริษัท วาวา แพค จำกัด เมื่อวันที่ 18 มกราคม 2561 จำนวน 460,000,000 หุ้น ราคาเสนอขายหุ้นละ 0.405 บาท บริษัทได้รับเงินจากการเพิ่มทุนทั้งสิ้น 186.30 ล้านบาท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลงทุนขยายกิจการ เพิ่มสายการผลิตบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ในเฟสที่ 2

1.3 โครงสร้างการถือหุ้นของกลุ่มบริษัท

ในปี 2534 บริษัทได้เข้าลงทุนในบริษัท นวนคร จำกัด ผู้ประกอบการด้านการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบเขตส่งเสริมอุตสาหกรรม ถือเป็นนิคมอุตสาหกรรมแห่งแรกของประเทศไทย ในสัดส่วนร้อยละ 53.35 ของทุนจดทะเบียน ซึ่งบริษัทดังกล่าวได้เข้าจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในนาม “บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน)” ตั้งแต่วันที่ 18 พฤษภาคม 2547 ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนเงินลงทุนในนวนครเท่ากับร้อยละ 12.51 ของทุนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

การดำเนินธุรกิจและบริหารงานของบริษัทร่วม และบริษัทที่เกี่ยวข้องนั้น บริษัทได้แต่งตั้งตัวแทนของบริษัทเข้าไปเป็นกรรมการในบริษัทร่วม เพื่อร่วมบริหารงานและกำหนดนโยบายสนองตอบแผนงานที่บริษัทกำหนด โดยบริษัทประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ ส่วนบริษัทร่วมดำเนินธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ในลักษณะเขตส่งเสริมอุตสาหกรรม

โครงสร้างของกลุ่มบริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563

บมจ. เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม ทุนชำระแล้ว 2,325.38 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์		
	12.51 %	
บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน) (NNCL) ทุนชำระแล้ว 2,048.25 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจพัฒนานิคมอุตสาหกรรม		
	15.08%	บริษัท รักษาความปลอดภัย นวนคร อินเตอร์เนชั่นแนล การ์ดิ่ง จำกัด* ทุนชำระแล้ว 6.30 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจด้านให้บริการการรักษาความปลอดภัย
	1.71%	บริษัท ซูมิโฮ โกลบอล โลจิสติกส์(ประเทศไทย) จำกัด** ทุนชำระแล้ว 180.00 ล้านบาท ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการขนส่ง
	29.99%	บริษัท ผลิตไฟฟ้า นวนคร จำกัด ทุนชำระแล้ว 2,000 ล้านบาท ประกอบกิจการโรงไฟฟ้าจากพลังงานไอร้อน
	51%	บริษัท ไทรอนต์ จำกัด ทุนชำระแล้ว 2.50 ล้านบาท ประกอบกิจการด้านโทรคมนาคมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตแบบที่หนึ่ง (ให้บริการอินเทอร์เน็ตโดยไม่มีโครงข่ายเป็นของตนเอง)
	35%	บริษัท อาร์ อี เอ็น โคราช เอ็นเนอร์ยี่ จำกัด ทุนชำระแล้ว 25.75 ล้านบาท ประกอบกิจการโรงไฟฟ้าจากพลังงานไอร้อน

* เดิมชื่อ บริษัท นวนคร อินเตอร์เนชั่นแนล การ์ด จำกัด (NIG)

** เติมชื่อบริษัท นวนคร ดิสทริบิวชั่น เซ็นเตอร์ จำกัด (NDC)

2. ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างรายได้

โครงสร้างรายได้ตามงบการเงินของบริษัท สามารถแยกตามลักษณะการดำเนินงานได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ผลิตภัณฑ์/บริการ	งบการเงินเฉพาะบริษัท					
	2563		2562		2561	
	รายได้	%	รายได้	%	รายได้	%
รายได้จากการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระสอบสานพลาสติก	216.95	55.97	265.11	61.42	297.27	71.86
รายได้จากการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน	146.88	37.89	141.52	32.79	92.11	22.27
รายได้เงินปันผล	20.41	5.26	22.14	5.13	19.67	4.75
กำไรจากการขายสินทรัพย์ เงินลงทุนและรายได้อื่น	3.43	0.88	2.86	0.66	4.64	1.12
รวมรายได้	387.67	100.00	431.63	100.00	413.69	100.00

- รายได้จากการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระสอบสานพลาสติกคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 55.97 จากรายได้รวม ลดลงจากปี 2562 เป็นจำนวน 48.15 ล้านบาท ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้รายได้รวมในปี 2563 ลดลงจากปีก่อน เนื่องจากผลกระทบด้านสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซาตลอดปี 2563 จากปัญหาการระบาดของโควิด-19 ทำให้กลุ่มลูกค้าที่ใช้ Packing Size ขนาดใหญ่สำหรับส่งให้กับร้านอาหารหรือโรงแรม มีการสั่งซื้อลดลง ประกอบกับค่าเงินบาทที่แข็งตัวส่งผลให้การส่งออกผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น ในกลุ่มแป้งมัน ข้าวสาร ซะลดตัวลงอีกด้วย แต่อย่างไรก็ดี ในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ภายในประเทศยังคงเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตต่อเนื่อง ซึ่งบริษัทได้มุ่งเน้นในการรักษาลูกค้ากลุ่มนี้มาโดยตลอด จึงคาดว่าในปี 2564 บริษัทจะสามารถพลิกฟื้นยอดขายกระสอบพลาสติกให้กลับมามียอดขายในระดับเดียวกับในอดีตได้
- รายได้จากการจำหน่ายสินค้าบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) บริษัทมีการลงทุนในเครื่องจักรใหม่ และเริ่มรับรู้รายได้จากการขายสินค้ากลุ่มบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน เมื่อเดือนพฤษภาคม 2560 ซึ่งมีแนวโน้มยอดขาย และกำลังการผลิตเพิ่มสูงขึ้นตามลำดับ โดยมียอดขายในปี 2563 เป็นจำนวน 146.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 5.36 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโต ร้อยละ 3.79 และเพิ่มขึ้นจากปี 2561 เป็นจำนวน 54.77 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโต ร้อยละ 59.46 ทั้งนี้ ในปี 2563 ถึงแม้ว่าจะมีผลกระทบด้านสถานะเศรษฐกิจที่ซบเซาจากปัญหาการระบาดของโควิด-19 แต่ในส่วนสินค้าประเภท Flexible Packaging นั้น เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายมากกว่า กระสอบพลาสติก และเป็นกลุ่มสินค้าอุปโภค บริโภค จึงมีผลกระทบต่อยอดขายไม่มากนัก อีกทั้งการที่ภาครัฐประกาศปิดสถานบริการ และห้างร้านต่าง ๆ เพื่อหยุดการแพร่ระบาด มีผลให้ลูกค้ากลุ่มข้าวสารที่มี Packing Size ขนาดเล็ก (1 กิโลกรัม 2 กิโลกรัม และ 5 กิโลกรัม) ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท มีการสั่งซื้อถุงข้าวในปริมาณมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีการซื้อข้าวสารไปกักตุนหรือมีการประกอบอาหารในครัวเรือนมากขึ้นนั่นเอง

ซึ่งแสดงให้เห็นว่าจากการที่บริษัทขยายสายผลิตภัณฑ์ไปยังกลุ่ม Flexible Packaging เพื่อเพิ่มความหลากหลายในกลุ่มลูกค้าต่าง ๆ นั้น จึงเป็นการลดความเสี่ยงเมื่อเกิดผลกระทบจากสถานะภายนอก และสามารถประคองยอดขายให้ไม่ตกต่ำลงมาก ถึงแม้จะอยู่ในช่วงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจก็ตาม โดยสัดส่วนของยอดขายจากบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) ได้เพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี 2560-2563 จากร้อยละ 11.50, 22.27, 32.79 และ 37.89 ตามลำดับ

- ในปี 2563 บริษัทมีรายได้จากเงินปันผลของบริษัทร่วม จำนวน 20.41 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 5.26 ของรายได้รวม เป็นจำนวนที่ใกล้เคียงกับปีก่อน เนื่องจากบริษัทร่วมยังคงมีผลประกอบการที่ดีอย่างสม่ำเสมอ

2.1 ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ลักษณะผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1.1 ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติกรวมทั้งบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น

บริษัทดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ โดยผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์กระสอบพลาสติกสาน (Woven Bag) ตั้งแต่ปี 2534 จนถึงปัจจุบัน กลุ่มลูกค้าของบริษัทมีอยู่ในหลากหลายอุตสาหกรรม อาทิ ข้าวสาร อาหารสัตว์ แป้ง ปุ๋ย น้ำตาล เคมีภัณฑ์ น้ำแข็ง เป็นต้น ซึ่งจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของบริษัท คือ เป็นกระสอบสานที่มีความเรียบ และมีความแข็งแรงทนทานต่อการนำไปใช้งาน รวมถึงความสวยงามในการพิมพ์ตราสินค้าเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าที่นำไปบรรจุอีกด้วย

ทั้งนี้ บริษัทได้มีการขยายตลาด ในปี 2560 โดยเพิ่มสายการผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) เพื่อรองรับความต้องการใช้งานที่หลากหลายของกลุ่มลูกค้าอื่น ๆ ในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งมีขนาดตลาดที่ใหญ่ที่สุดในตลาดบรรจุภัณฑ์

ปัจจุบันสามารถแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์หลักที่บริษัทจำหน่ายได้เป็น 4 ประเภทดังนี้

■ กระสอบพิมพ์เฟล็กโซ (Flexo Printing)

เป็นการพิมพ์โดยใช้เทคโนโลยีแบบ Flexo คือ ใช้บล็อกยางผ่านสีและกดลงบนกระสอบได้เป็นงานพิมพ์แบบ 2 มิติ ที่เห็นตามท้องตลาดทั่วไปในตลาดระดับกลางและระดับล่าง ซึ่งอาจจะมีการเคลือบหรือสวมถุงรองใน (PE) เพื่อป้องกันความชื้นตามคุณลักษณะของสินค้าที่ลูกค้านำไปบรรจุ

■ กระสอบเคลือบกราเวียร์ (Gravure Printing)

เป็นการพิมพ์ด้วยเทคโนโลยีแบบ Gravure ลงบนแผ่นฟิล์ม แล้วนำมาเคลือบลงบนกระสอบ ได้เป็นงานพิมพ์แบบ 3 มิติ ที่ให้ภาพเหมือนจริงหรือมีการใช้ Graphic Design ได้ตามความต้องการเหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่ต้องการภาพลักษณ์ทางการตลาดในตลาดระดับบน หรือระดับ Premium

■ บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนตัว (Flexible Packaging)

เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก และฟิล์มหลากหลายชนิด อาทิ BOPP, CPP, PET, อลูมิเนียมฟอยล์ พิมพ์ด้วยเทคโนโลยีแบบ Gravure แล้วนำมาเคลือบรวมกันเป็นแผ่น และตัดรูปให้ได้ขนาดตามแบบที่ต้องการ ซึ่งจะเน้นไปที่ความสวยงาม และลักษณะการบรรจุที่มีรูปแบบเฉพาะของอุตสาหกรรมนั้น ๆ เช่น ซองซีล 3 ด้าน ซองกันตั้ง เป็นต้น

■ ฉลากสินค้า (Label)

ป้ายฉลากทำจากฟิล์ม ใช้สร้างความโดดเด่นให้กับตัวบรรจุภัณฑ์ หรือสื่อสารข้อความและรายละเอียดถึงผู้บริโภค เช่น ตราสินค้า คำแนะนำในการใช้งาน วันผลิตและวันหมดอายุ ส่วนผสมหรือส่วนประกอบ และเครื่องหมายมาตรฐานต่าง ๆ เป็นต้น โดยบริษัทสามารถผลิตเองได้บางประเภท แต่บางประเภทอาศัยวิธีการซื้อมาขายไปตามกำไรที่เหมาะสม

2.1.2 ธุรกิจพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ของบริษัทร่วม

บริษัทดำเนินธุรกิจพัฒนานิคมอุตสาหกรรมและพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ ผ่านบริษัทร่วม คือ บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน) ซึ่งดำเนินธุรกิจด้านพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ในรูปแบบเขตส่งเสริมอุตสาหกรรม นวนคร พร้อมระบบสาธารณูปโภคอย่างครบถ้วน โครงการตั้งอยู่กิโลเมตรที่ 46 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ในพื้นที่ประมาณ 6,135 ไร่ แบ่งพื้นที่ในโครงการเป็นพื้นที่เขตอุตสาหกรรม เขตที่อยู่อาศัย เขตพาณิชยกรรม และเขตปลอดอากร สำหรับเขตพื้นที่อุตสาหกรรมนวนคร ได้จัดสรรพื้นที่ ทางด้านทิศเหนือของโครงการเดิมเพื่อพัฒนาเป็นพื้นที่สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ปัจจุบัน บริษัทถือหุ้นในอัตราร้อยละ 12.51 ของทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 นอกจากนี้ ยังได้ขยายการลงทุนใหม่ไปยังเขตส่งเสริมอุตสาหกรรม อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งอยู่ในพื้นที่ที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI โดยมีพื้นที่โครงการประมาณ 2,000 ไร่ ถือเป็นนิคมที่ทันสมัยที่สุดในเขตตะวันออกเฉียงเหนือ

2.2 การตลาดและการแข่งขัน

2.2.1 การดำเนินงานด้านการตลาดและการขายในปี 2563

การดำเนินงานด้านการตลาดและการขายในปี 2563 บริษัทได้มุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายสินค้า Flexible Packaging เพื่อให้สอดคล้องกับการลงทุนในเครื่องจักรใหม่ โดยผลการดำเนินงานด้านการขายสินค้า (เฉพาะสินค้าเกรด A) เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาแสดงได้ดังนี้

ประเภทสินค้า	2563		2562		2561	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	ล้านบาท		ล้านบาท		ล้านบาท	
กระสอบพลาสติก						
กระสอบไม่พิมพ์	17.55	5%	18.02	4.50%	23.82	6.16%
กระสอบพิมพ์ Flexo	78.18	22%	112.74	28.14%	148.82	38.48%
กระสอบเคลือบพิมพ์ Flexo	32.05	9%	48.14	12.01%	51.14	13.22%
กระสอบเคลือบฟิล์ม Gravure	70.11	19%	56.40	14.08%	46.01	11.90%
Outsourcing	13.51	4%	23.90	5.96%	24.86	6.43%
รวมกระสอบพลาสติก	211.4	59%	259.20	64.69%	294.65	76.18%
Flexible Packaging	148.66	41%	141.51	35.31%	92.11	23.82%
รวม ทุกประเภท	360.1	100%	400.71	100.00%	386.77	100.00%

*รายงานขายตามประเภทสินค้า จะไม่รวมการขายสินค้าเกรดบีหรือของเสีย จึงมีตัวเลขไม่เท่ากับรายได้จากการขายตามงบการเงิน

ภาพรวมยอดขายการขายสินค้าในปี 2563 ลดลงจากปี 2562 ตามที่ได้ชี้แจงไว้แล้ว ซึ่งหากดูในรายละเอียดจะพบว่ายอดขายกระสอบพลาสติกจะลดลงจากปี 2562 และ ปี 2561 ค่อนข้างมาก จากผลกระทบของสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา และการระบาดของโควิด-19 โดยเฉพาะสินค้าประเภทกระสอบพิมพ์ Flexo ซึ่งเป็นกระสอบทั่วไปมียอดขายลดลงจาก 112.74 ล้านบาท ในปี 2562 เหลือ 78.18 ล้านบาท ในปี 2563 แต่จะเห็นได้ว่าสินค้าประเภทกระสอบเคลือบฟิล์ม Gravure ซึ่งเป็นสินค้าที่มี Value added สูง โดยส่วนมากจะเป็นลูกค้าอาหารสัตว์เลี้ยงที่ใช้สินค้าประเภทนี้ มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการที่บริษัทสามารถพิมพ์ฟิล์มกราเวียร์ได้เอง หลังจากการลงทุนเครื่องพิมพ์กราเวียร์ในโครงการ Flexible Packaging ทำให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพ และต้นทุนได้เป็นอย่างดี

บริษัทได้เริ่มขยายตลาด และลงทุนในเครื่องจักรใหม่สำหรับการผลิตและขายสินค้า Flexible Packaging ตั้งแต่กลางปี 2560 เป็นต้นมา โดยในปี 2563 บริษัทมียอดขาย Flexible Packaging จำนวน 146.88 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2562 เป็นจำนวน 5.36 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.79 และ เพิ่มขึ้นจากปี 2561 เป็นจำนวน 54.77 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 59.46 ถึงแม้จะประสบปัญหาสภาวะเศรษฐกิจตามที่กล่าวไว้ข้างต้น แต่การขายสินค้า Flexible Packaging กลับไม่ได้ กระทบมากนัก เนื่องจากเป็นสินค้าในกลุ่มอุปโภค บริโภค จึงสามารถเพิ่มยอดขายขึ้นจากปีก่อนเล็กน้อย แม้ว่าจะไม่ได้ บรรลุตามเป้าหมายก็ตาม

ในปี 2564 บริษัทมีโครงการที่จะขยายกำลังการผลิตสินค้า Flexible Packaging และเพิ่มความหลากหลาย ของประเภทสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่วางไว้ในการเพิ่มยอดขายในบรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ให้ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต

2.2.2 ลักษณะลูกค้า กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การจำหน่ายและช่องทางการจำหน่าย

กลุ่มลูกค้าของบริษัทเป็นลักษณะของโรงงานอุตสาหกรรมหรือผู้ผลิตสินค้าทางการเกษตร อาทิ ผู้ผลิตและ บรรจุข้าวสารหรือโรงสีข้าว ผู้ผลิตอาหารสัตว์ ผู้ผลิตแป้งมันสำปะหลัง หรือแป้งข้าวโพด ผู้ผลิตปุ๋ย ผู้ผลิตน้ำตาล และโรงน้ำแข็ง เป็นต้น ซึ่งในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมนั้น จะมีฤดูกาลที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการของผู้บริโภค และตามฤดูกาลเก็บเกี่ยวของพืชผลนั้น ๆ เช่น อุตสาหกรรมน้ำตาลที่จะมีการเปิดหีบในช่วงเดือนตุลาคม และปิดหีบในช่วงเดือนเมษายน อุตสาหกรรมปุ๋ยที่จะมีความต้องการใช้มากในช่วงก่อนเข้าฤดูฝน หรือในกลุ่มโรงน้ำแข็งที่จะมีปริมาณการใช้งานสูงในช่วง เทศกาลต่าง ๆ

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทจึงจะต้องพิจารณาถึงฤดูกาลและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ อุตสาหกรรมของกลุ่มลูกค้าด้วย โดยในปีที่ผ่านมา บริษัทมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ผลิตอาหารสัตว์ ผู้ผลิตแป้งมัน สำปะหลังหรือแป้งข้าวโพด และอุตสาหกรรมข้าว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความเป็นฤดูกาลน้อย มียอดการสั่งซื้อที่สม่ำเสมอตลอด ทั้งปี

บริษัทยังมุ่งเน้นในส่วนของลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากผู้ใช้กระสอบ เช่น กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ เครื่องใช้อุปโภคและบริโภคต่าง ๆ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายต่างกัน ไป โดยบริษัทมุ่งหวังจะทำการตลาดเพื่อสร้างพื้นฐานสำหรับกลุ่มบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน (Flexible Packaging) และ บรรจุภัณฑ์ อื่น ๆ ให้เป็นที่รู้จัก เพื่อขยายตลาดวงกว้างออกไปในอนาคต

จากลักษณะลูกค้าของบริษัทที่เป็นโรงงานอุตสาหกรรม และลักษณะสินค้าที่มีความหลากหลายเรื่อง ส่วนประกอบต่าง ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Customize Products) บริษัทจึงใช้พนักงานขายเป็นช่อง ทางการจัดจำหน่ายหลัก เพื่อให้เกิดการสื่อสาร 2 ทางระหว่างลูกค้าและพนักงาน ในการอธิบายสินค้าและรับฟังความต้องการ ของลูกค้ามาทำการผลิตได้อย่างถูกต้อง โดยมีการแบ่งทีมขายตามประเภทผลิตภัณฑ์ และตามพื้นที่ภูมิศาสตร์ เพื่อให้พนักงาน ขายมีความชำนาญเฉพาะด้านในผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และสามารถบริหารค่าใช้จ่ายในการเดินทางตามพื้นที่ที่ตนเองดูแลอยู่ได้ โดย จะมุ่งเน้นการบริการ เพื่อรองรับและตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และ ขนาดใหญ่ และเป็นที่ปรึกษาทางด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติกให้แก่ลูกค้า ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวก และลดช่องทางการติดต่อ ซึ่งอาจเกิดการเสียเวลากับธุรกิจของลูกค้าได้ บริษัทจะดำเนินการให้บริการแบบ One Stop Service กล่าวคือ พนักงานผู้ขาย จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้ในทุกด้านที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ด้านการกระจายสินค้านั้น บริษัทมีรถขนส่งของบริษัท ซึ่งมีความสามารถส่งสินค้าได้สูงสุดถึง 20 คันต่อวัน และมีการใช้บริการ Outside source จากบริษัทขนส่งภายนอกบ้าง ในกรณีที่ออกนอกเส้นทางประจำ โดยในการจัดส่งแต่ละ ครั้งทางบริษัทจะคำนึงถึงความเหมาะสมกับต้นทุนค่าขนส่งที่เกิดขึ้นเสมอ

2.2.3 การแข่งขันของธุรกิจผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก

การขยายตัวของอุตสาหกรรมกระสอบพลาสติกในปัจจุบันขึ้นอยู่กับความต้องการใช้กระสอบพลาสติกแทนกระสอบปอเพื่อบรรจุข้าวสาร นอกจากนี้ ยังมีการใช้กระสอบพลาสติกเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับปุ๋ยเคมี อาหารสัตว์ และผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น อุตสาหกรรมกระสอบพลาสติกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2534 ที่กระทรวงอุตสาหกรรมได้อนุญาตให้มีการตั้ง และขยายโรงงานผลิตกระสอบพลาสติกภายในประเทศได้โดยเสรี

การผลิตเพื่อขายในประเทศส่วนใหญ่ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ในอุตสาหกรรมข้าวสาร อุตสาหกรรมปุ๋ย อุตสาหกรรมเคมี และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ รวมถึงความต้องการใช้กระสอบพลาสติกบรรจุข้าวสารส่งออกซึ่งใช้แทนกระสอบปอทำให้ปริมาณการผลิตโดยรวมเพิ่มขึ้นอย่างมาก และคาดว่าจะมีปริมาณการผลิตกว่าแสนตันต่อปีในปัจจุบัน

ปัจจุบันมีผู้ผลิตกระสอบพลาสติกรายใหญ่ และขนาดกลาง แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ผลิตกระสอบพลาสติกเพื่อใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ของตนเอง ทั้งปุ๋ยเคมี และพืชผลเกษตร เช่น บริษัท ไทยเซ็นทรัลเคมี จำกัด (มหาชน) บริษัท เกษตรรุ่งเรืองพืชผล จำกัด เป็นต้น
2. กลุ่มผู้ผลิตเพื่อใช้เองบางส่วน แต่มีกำลังการผลิตเหลือ จึงออกจำหน่ายบางส่วนด้วย เช่น บริษัท แหลมทอง อุตสาหกรรม จำกัด บริษัท ซีพี สหอุตสาหกรรม จำกัด เป็นต้น
3. กลุ่มผู้ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งหมด เช่น บริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) บริษัท อุตสาหกรรมผ้าเคลือบพลาสติกไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท นิธิกรอุตสาหกรรม จำกัด บริษัท อุตสาหกรรมอำนวยการ จำกัด บริษัท โรงงานลักกีสตาร์การทอ จำกัด เป็นต้น

ตลาดบรรจุภัณฑ์กระสอบพลาสติกนั้น มีลักษณะตลาดเป็นแบบ Perfectly Competitive Market หรือผู้ขายมากมาย คือ ไม่มีผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง สินค้ามีความแตกต่างกันเล็กน้อยทำให้ระดับราคาสินค้าของผู้ผลิตในตลาดจะไม่ค่อยแตกต่างกันนัก หรือ กล่าวได้ว่าผู้ผลิตมีอำนาจในการกำหนดราคาค่อนข้างต่ำ ขึ้นอยู่กับคุณภาพและบริการที่แตกต่างกันออกไปตามกลยุทธ์ของแต่ละบริษัท อีกทั้งลูกค้าไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยนผู้ผลิต (Switching Cost ต่ำ) การแข่งขันในตลาดจึงค่อนข้างรุนแรง โดยสำหรับบริษัทจัดอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตเพื่อจำหน่ายทั้งหมด โดยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ประมาณ ร้อยละ 2-3

อุตสาหกรรมกระสอบพลาสติกมีการแข่งขันกับอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ เช่น ถุงกระดาษ กล่องลูกฟูก เป็นต้น ในกรณีนี้ อุตสาหกรรมกระสอบพลาสติกมีความสามารถในการแข่งขันที่ดี เนื่องจากกระสอบพลาสติกมีคุณสมบัติที่หลากหลายในทั้งด้านขนาด ความทนทาน ราคา และรูปแบบสีลื่นต่าง ๆ ทำให้ใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นได้ดี

จากการที่เม็ดพลาสติกเป็นวัตถุดิบหลักมีสัดส่วนที่สูงมาก ทำให้สภาวะของอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกและราคาเม็ดพลาสติกมีผลกระทบอย่างมากต่อการผลิต ราคา และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมกระสอบพลาสติก โดยที่เม็ดพลาสติกเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นปลายของอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีการลดอัตราภาษีนำเข้าภายใต้กรอบการค้าเสรีอาเซียน หรือ อาฟตาในช่วงปี 2538-2539 ราคาเม็ดพลาสติกจึงได้เริ่มลดต่ำลงมาบ้าง แต่ก็ยังคงสูงกว่าบางประเทศในแถบเดียวกัน นอกจากนี้ ต้นทุนที่มีนัยสำคัญอีกประการ คือ ค่าแรงงาน เนื่องจากการผลิตกระสอบพลาสติกยังเป็นการใช้แรงงานมาก ตั้งแต่แรงงานควบคุมเครื่องจักรทุกขั้นตอน ไปจนถึงแรงงานทอ และเย็บ ดังนั้น เมื่อต้นทุนค่าจ้างแรงงานในประเทศไทยเริ่มปรับสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการย้ายฐานการผลิตของผู้ผลิตไทยไปต่างประเทศ เช่น ย้ายไปผลิตในประเทศจีน หรือเวียดนาม ซึ่งมีต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่า หรืออาจส่งผลกระทบจากการนำเข้าสินค้าสำเร็จรูปที่ราคาถูกกว่าการผลิตในประเทศ

การวิเคราะห์โดย EIC ธนาคารไทยพาณิชย์ จากข้อมูลของ Woodmac, สถาบันพลาสติก ในปัจจุบันภาพรวมของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกมีแนวโน้มเติบโตช้าลง โดยมีอัตราการเติบโตในภาพรวมอยู่ที่ ร้อยละ 3 แต่เมื่อดูที่สัดส่วนของประเภทบรรจุภัณฑ์พลาสติกแล้ว พบว่า อัตราที่ลดลงนั้นมาจากปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกคงรูป หรือ

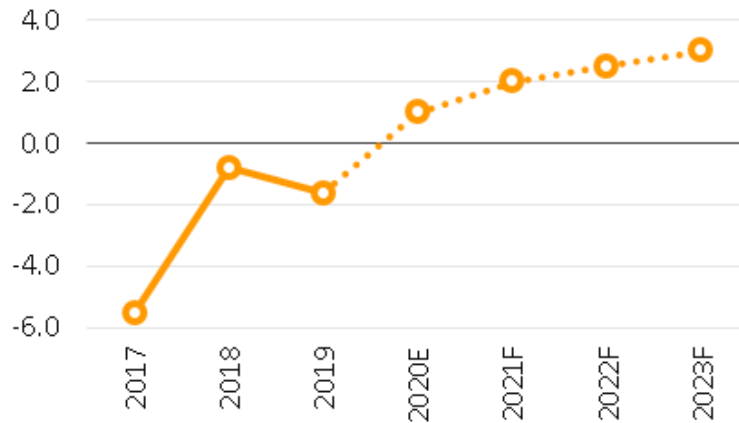
Rigid Plastic Packaging ที่ลดลง ซึ่งปริมาณดังกล่าวถูกแทนที่ด้วยบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน หรือ Flexible Plastic Packaging

การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรและวิถีชีวิตของคนไทย ทำให้พลาสติกแบบอ่อนตัว (Flexible Plastic Packaging) มีความต้องการมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญได้แก่ 1) การเติบโตของความเป็นชุมชนเมือง และการเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อหัว ทำให้ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์พลาสติกสำหรับอาหาร และเครื่องดื่มเพิ่มขึ้น 2) การขยายตัวของครัวเรือนขนาดเล็ก เนื่องจากจำนวนคนโสด และคู่สมรสที่ไม่มีบุตรมีจำนวนมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการบรรจุภัณฑ์แบบเฉพาะหน่วย (Individual Packaging) เพิ่มขึ้น โดยบรรจุภัณฑ์พลาสติกจะมีขนาดเล็กลง เพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณการบริโภคสินค้าของสมาชิกในครัวเรือน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง และ 3) การเติบโตของสังคมผู้สูงอายุ รวมไปถึงกระแสความใส่ใจด้านสุขภาพ และความปลอดภัยของผู้บริโภค ทำให้มีความต้องการบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่รักษาความสดใหม่ สามารถยืดอายุสินค้าให้นานที่สุด และรักษาระดับความร้อนและความเย็นของอาหารและเครื่องดื่ม โดยไม่มีสารปนเปื้อนออกมาจากพลาสติก

จากการเปลี่ยนแปลง 3 ด้านดังกล่าว ทำให้มีความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Plastic Packaging) ของไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว มีลักษณะเป็นแบบชั้นฟิล์มหลายชั้น (Multilayer Film) ซึ่งมีประโยชน์ในด้านการทนความร้อนและความดันสูง ทั้งยังสามารถพิมพ์ฉลากลงบนบรรจุภัณฑ์ได้ มีความแข็งแรง ความสะดวกในการห่อหุ้มสินค้า สามารถขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์หน่วยเล็ก ๆ ได้ง่ายต่อการใช้งาน และการขนส่ง เช่น ถุงแบบตั้งได้ (Stand-up Pouches) ถุงซิปล (Re-Closable Packs)

สำหรับตลาดบรรจุภัณฑ์โลกยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ถูกใช้เป็นอันดับต้น ๆ ในขณะที่สถานการณ์เศรษฐกิจทั่วโลกกำลังแย่ หลายธุรกิจต้องปิดตัวลง แต่มีบางธุรกิจที่มีรายได้มากขึ้น ซึ่งในกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ได้ดี เนื่องจากในสถานการณ์การระบาดของ Covid-19 ทำให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจหลาย ๆ ด้าน แต่ในด้านของอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ กลับมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของบรรจุภัณฑ์พลาสติก ที่มีการผลิตในส่วนของแผ่นฟิล์ม และถุงพลาสติกมากขึ้น โดยจากการวิเคราะห์แนวโน้มอัตราการเติบโตในช่วงปี 2563-2567 ตลาดบรรจุภัณฑ์พลาสติกทั่วโลกจะเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 2.8 ต่อปี คิดเป็นมูลค่า 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่บริษัทวิจัย Markets and Markets คาดว่าปี 2565 มูลค่าตลาดของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคจะอยู่ที่ 1.3 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจาก 9.7 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สำหรับตลาดในประเทศไทย คาดว่าปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกจะทรงตัวถึงเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1.0 ต่อปี จากที่หดตัว ร้อยละ 1.0-2.0 (ที่มา : Krungsri research) โดยในปี 2563 อุตสาหกรรมหลายสาขามีแนวโน้มใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกเพิ่มขึ้น อาทิ อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม (รวมอาหารแช่แข็งและแปรรูปต่าง ๆ) เวชภัณฑ์ และเครื่องสำอาง ภาคการค้าปลีกและธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ขณะที่การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 มีผลให้ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกห่อหุ้มสินค้า เพื่อรักษาความสะอาดเพิ่มขึ้น ส่งผลบวกต่อกลุ่มบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging)



(ที่มา : Krungsri research)

โดยคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) นั้นมีน้ำหนักเบา ทนความร้อน และความดันได้สูง สามารถรักษาคุณภาพของสินค้าได้ดี ช่วยประหยัดค่าขนส่งและพื้นที่สำหรับเจ้าของผลิตภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และสามารถเพิ่มนวัตกรรมให้บรรจุภัณฑ์ได้อีกมาก เชื่อว่ามีโอกาสนำไปใช้ทดแทนบรรจุภัณฑ์คงรูป (Rigid Packaging) ต่าง ๆ ได้ในอนาคต

ถึงแม้ว่าช่วงต้นปี 2563 จะมีการรณรงค์ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อลดการใช้พลาสติกให้น้อยลง และกระแสดการลดการใช้พลาสติกแบบครั้งเดียวในอนาคต จะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกแบบพื้นฐานแบบบริโภคครั้งเดียว (Single Use) เช่น ถุงพลาสติกแบบหิ้ว (Shopping Bag) ขวดน้ำพลาสติกแบบพื้นฐาน ซึ่งเห็นได้ชัดว่าขณะที่แนวโน้มบรรจุภัณฑ์พลาสติกพื้นฐานจะมีมูลค่าเพิ่มที่ต่ำ ในทางกลับกันความต้องการแผ่นฟิล์ม เพื่อนำไปผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) กลับมีมูลค่าเพิ่มขึ้น (ที่มา : วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ)

บริษัทได้พิจารณาลงทุนขยายสายการผลิตใหม่ในส่วนบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) เนื่องจากเล็งเห็นถึงโอกาสและข้อได้เปรียบที่เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นพื้นฐานของลูกค้าเดิมซึ่งเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของบริษัท นับเป็นจุดเด่นที่สำคัญของบริษัท โดยจะทำให้มีฐานลูกค้ารองรับในช่วงแรกของการเปิดตลาด ซึ่งทำให้บริษัทสามารถวางแผนการบริการลูกค้าด้านบรรจุภัณฑ์ได้แบบครบวงจร รวมถึงการมีทำเลที่ตั้งเหมาะสมแก่การกระจายสินค้า โดยโรงงานผลิตนั้นตั้งอยู่ในศูนย์กลางการกระจายสินค้าสู่ภาคอีสาน และส่วนภาคกลางตอนบน ซึ่งติดกับถนนมิตรภาพ ทำให้เป็นข้อได้เปรียบเรื่องการจัดส่ง และกระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้ง สามารถใช้ทรัพยากรเดิมที่มี และไม่จำเป็นต้องลงทุนสูง เนื่องจากเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะการผลิตใกล้เคียงกับกระสอบพลาสติก สามารถใช้ทีมงานผลิต บริหาร และขาย ที่มีอยู่เดิมทั้งหมด รวมถึงพื้นที่อาคารเดิมของบริษัทซึ่งพร้อมรองรับระบบมาตรฐานต่าง ๆ โดยปัจจุบันบริษัทได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001:2015 GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP

ในส่วนช่องทางช่องทางอีคอมเมิร์ซ สำหรับบรรจุภัณฑ์พลาสติกชนิดอ่อน (Flexible Packaging) มีความต้องการอย่างต่อเนื่องในกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางช่องทางอีคอมเมิร์ซ โดยบริษัทเล็งเห็นที่จะเพิ่มช่องทางทางธุรกิจในส่วนช่องทางอีคอมเมิร์ซขึ้นในปี 2564 เพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบัน

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน หรือ Circular Economy ซึ่งเป็นเรื่องที่ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนกำลังให้ความสนใจ เนื่องจากเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง โดยยึดหลัก “Reduce-Reuse-Recycle” เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด รวมถึงศึกษาความเป็นไปได้ในการที่จะนำ Bio-Plastic หรือพลาสติกที่ย่อยสลายได้มาทดแทนในบางกลุ่มลูกค้า ซึ่งจะเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในอนาคตอันใกล้ และมุ่งเน้นในการนำ

นวัตกรรมใหม่ ๆ มาพัฒนาสินค้า และบริการ ให้ตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมถึงนำมาเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนในการผลิต เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น อีกด้วย

2.3 การจัดหาผลิตภัณฑ์

วัตถุดิบ

- ฝืนผ้ากระสอบพลาสติก : วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตคือ เม็ดพลาสติก PP (Polypropylene) เกรด Yarn ผสมกับ เม็ด Calcium ในสัดส่วนที่เหมาะสม โดยใช้วัตถุดิบในประเทศ ซึ่งปัจจุบันบริษัทจะทำการสั่งซื้อล่วงหน้า 1 เดือน สำหรับรายการสินค้าหลักในปริมาณ ร้อยละ 70 ของความต้องการใช้ของเดือนนั้น ๆ กับผู้ผลิต และอีก ร้อยละ 30 จะทำการสั่งซื้อตามรอบการสั่งซื้อปกติ เพื่อควบคุมความผันผวนของราคา ลระยะเวลา (Lead Time) ในการสั่งซื้อ และป้องกันการขาดแคลนวัตถุดิบ
- फिल्मชนิดต่าง ๆ : วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตสินค้าประเภท Flexible Packaging คือ फिल्मชนิดต่าง ๆ เช่น PET, OPP, CPP, Nylon, Aluminum Foil และ LLDPE เป็นต้น ซึ่ง फिल्मแต่ละประเภทจะมีคุณสมบัติแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าและสินค้าที่นำไปบรรจุว่ามีคุณลักษณะอย่างไร มีอายุการเก็บรักษานานเท่าใด บริษัทมีการสั่งซื้อ फिल्मจากทั้งผู้ผลิตในประเทศและผู้นำเข้าจากต่างประเทศ โดยจะพิจารณาจากคุณภาพที่ต้องผ่านการทดสอบจากหน่วยงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทแล้ว ระยะเวลา (Lead Time) ในการสั่งซื้อ และมีการเปรียบเทียบราคาเป็นประจำทุกเดือน
- วัตถุดิบประกอบการผลิตอื่น ๆ : สีพิมพ์ สารละลาย (Solvent) กาว (Adhesive) และบล็อกพิมพ์ สั่งซื้อจากผู้ผลิตภายในประเทศ ซึ่งมีผู้ผลิตหลายราย โดยจะพิจารณาจากคุณภาพที่ต้องผ่านการทดสอบจากหน่วยงานวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทแล้ว ระยะเวลา (Lead Time) ในการสั่งซื้อ และมีการเปรียบเทียบราคาเป็นประจำทุกเดือน

กระบวนการผลิต

กลุ่มสินค้ากระสอบสานพลาสติก

- Extrude (ฉีดเส้นเทป) : นำเม็ด PP และ เม็ด Calcium มาหลอมแล้วรีดเป็นแผ่นบาง ๆ แล้วจึงตัดย่อย (Slit) ออกเป็นเส้นเทป ตามความหนา และขนาดความกว้างที่ต้องการ กรอเข้าแกนหลอด เพื่อรอการนำไปเข้าเครื่องทอ กำลังการผลิตรวม 300 ตันต่อเดือน
- Weaving (การทอ) : นำหลอดเส้นเทปที่ได้จากเครื่อง Extruder มาเข้าเครื่องทอ สานขึ้นเป็นฝืนผ้ากระสอบตามหน้ากว้างที่ต้องการ ซึ่งสามารถทอได้ทั้งลักษณะทรงกระบอก (ทอกลม) และทอเป็นแผ่น ปัจจุบันบริษัทมีเครื่องทอรวมจำนวน 56 เครื่อง กำลังการผลิต 300 ตันต่อเดือน
- Laminate (การเคลือบ) : นำม้วนฝืนผ้าไปเคลือบพลาสติกทั้ง 2 ด้าน เพื่อป้องกันความชื้น ซึ่งในขั้นตอนนี้นี้นั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าว่าจะทำเคลือบหรือไม่ก็ได้ โดยสามารถผลิตได้ทั้งแบบเคลือบเป็นมันวาว และเคลือบด้าน ในกรณีที่เป็สินค้ากราเวียร์จะนำ फिल्मที่มีการพิมพ์ลวดลายโลโก้แล้ว มาทำการเคลือบติดกับกระสอบ ในขั้นตอนนี้เลย ปัจจุบันมีเครื่องเคลือบจำนวน 2 เครื่อง กำลังการผลิตรวมประมาณ 150 ตันต่อเดือน
- Printing (งานพิมพ์) : ใช้บล็อกยางที่แกะลวดลายโลโก้ ติดบนลูกกลิ้งผ่านสีแล้วพิมพ์กดลงบนฝืนผ้ากระสอบ ซึ่งเรียกวิธีการพิมพ์เช่นนี้ว่าการพิมพ์ Flexo ซึ่งจะไดงานพิมพ์ที่มีความละเอียดต่ำกว่าการพิมพ์แบบกราเวียร์ ปัจจุบันมี

เครื่องพิมพ์ 12 สี จำนวน 3 เครื่อง และเครื่องพิมพ์ขนาดเล็ก 5 สีแบบป้อนใบ จำนวน 3 เครื่อง และเครื่องพิมพ์ 6 สี จำนวน 1 เครื่องกำลังการผลิตรวมประมาณ 250 ตันต่อเดือน

- Cutting & Sewing (งานตัดและงานเย็บ) : นำม้วนผ้ากระสอบมาตัดตามความยาวที่ลูกค้าต้องการ และเย็บกันถุง โดยในขั้นตอนนี้อาจจะมีการบิด หรือจับจีบข้างกระสอบด้วยขึ้นอยู่กับลักษณะที่ลูกค้าต้องการ ปัจจุบันบริษัทได้นำเครื่องจักรอัตโนมัติมาใช้ในการตัดเย็บ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต โดยมีกำลังการผลิต 350 ตันต่อเดือน

กลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน

- หลังจากได้รับคำสั่งซื้อแล้ว บริษัทจะทำการสั่งซื้อวัตถุดิบตามชนิดที่ตรงตามคำสั่งซื้อ ซึ่งจะสามารถแบ่งเป็นฟิล์มชั้นพิมพ์ อาทิ OPP / PET / PA (ONY) และฟิล์มชั้น เคลือบรอง อาทิ MPET / CPP / LLDPE / ALU เป็นต้น ซึ่งแต่ละชนิดฟิล์มจะมีความหนาแตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของการบรรจุ และชนิดบรรจุภัณฑ์ อีกทั้ง จะทำการสั่งซื้อสีพิมพ์และสารละลายตามชนิดและหมายเลขกำกับสี
- หลังจากได้วัตถุดิบพร้อมแล้ว ฟิล์มชั้นพิมพ์จะถูกเข้าสู่เครื่องพิมพ์ Roto Gravure เพื่อพิมพ์ลวดลายตามที่ลูกค้าได้อนุมัติรับรองไว้แล้ว ด้วยการนำฟิล์มหมุนผ่านลูกกลิ้งแม่พิมพ์ที่หมุนผ่านกรดสีแล้วกดด้วยลูกยางรองพิมพ์
- หลังจากการพิมพ์แล้ว สินค้าที่ลูกค้าต้องการเป็นม้วนฟิล์มจะผ่านการตัด Slit และเข้าม้วนรอการหีบห่อจัดส่งหรือนำไปเคลือบกับกระสอบ แต่ถ้าลูกค้าต้องการต้องการสินค้าที่ต้องทำการขึ้นรองหรือขึ้นรูปจะถูกนำไปเข้ากระบวนการ Dry Laminate
- ฟิล์มชั้นพิมพ์ที่ลูกค้าต้องการเคลือบกับฟิล์มชั้นรองหรือขึ้นรูป จะถูกนำผ่านกระบวนการเคลือบ (Dry Laminate) โดยการเคลือบติดระหว่างชั้นฟิล์มด้วยกาวตามแต่ละชนิดของวัตถุดิบ และผ่านความร้อนเพื่อให้ยึดติด
- ฟิล์มหลังจากผ่านกระบวนการเคลือบแล้วจะถูกนำไปพักไว้ในห้องอบฟิล์มที่อุณหภูมิ 40-60 องศาเซลเซียส ในระยะเวลาที่เหมาะสมกับแต่ละชนิดฟิล์ม แล้วจึงมาเคลือบต่อในชั้นถัดไป และนำมาพักไว้อีกครั้ง
- เมื่อทำการอบฟิล์มในชั้นที่ 5 แล้ว จะถูกนำมาตัดขอบงานหรือแบ่งชิ้นงานตามจำนวนที่ลูกค้าออกแบบไว้ ด้วยเครื่องตัด Slit
- เมื่อฟิล์มถูกตัดแล้วจะถูกนำไปเข้าสู่ระบบการขึ้นรูปตามชนิดของบรรจุภัณฑ์ที่ลูกค้าสั่งซื้อมา
- หลังจากทีสินค้าขึ้นรูปเรียบร้อยแล้วจะถูกนำมาบรรจุลงกล่องตามจำนวนที่กำหนดส่งเข้าคลังสินค้าส่งถึงลูกค้าตามกำหนดวันเวลาต่อไป

2.4 โครงการลงทุนในอนาคต

ปี 2563 บริษัทมีโครงการลงทุนเครื่องจักรใหม่ ในส่วนผลิตภัณฑ์ Flexible Packaging เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต และเพิ่มความหลากหลายของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

- เครื่องทำซองแบบ 3-Side seal : ซึ่งนอกจากจะเป็นการเพิ่มกำลังการผลิตแล้ว เครื่องจักรดังกล่าวจะสามารถผลิตถุงข้าวแบบ Matt LL // LL ซึ่งเป็นถุงลักษณะที่สามารถนำไป Recycle ได้ กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน และมีผู้ผลิตได้น้อยราย จึงเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอีกทางหนึ่ง
- เครื่องไคคัท และ ตัดจุก : สามารถตัดตามรูปทรงที่ต้องการ และตัดจากรูปแบบต่างๆ เหมาะกับสินค้าประเภทเจลลี่ น้ำผลไม้ น้ำยาปรับผ้านุ่ม เป็นต้น
- เครื่องทำซองไปรษณีย์ : ทั้งแบบซองธรรมดา และแบบ Air Bubble ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้บริโภคที่มีการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทาง Online มากขึ้น จึงมีความต้องการใช้ซองดังกล่าวในการขนส่งสินค้า และยังมีผู้ผลิตน้อยรายในประเทศไทย ซึ่งบริษัทจะนำเสนอขายลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม Logistic และเปิดช่องทางขาย Online ในปี 2564
- เครื่องทำซองแบบก้นเรียบ หรือ Flat Bottom : เป็นเทคโนโลยีการทำซองแบบใหม่เมื่อไม่กี่ปีมานี้ เพื่อให้ซองสามารถตั้งได้สวยงามบนชั้นวาง เหมาะสำหรับกลุ่มสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง และกาแฟ เป็นบรรจุภัณฑ์ระดับ Premium มีความสวยงามและมีราคาค่อนข้างสูงกว่าบรรจุภัณฑ์แบบอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มอาหารสัตว์เลี้ยงเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทอยู่แล้ว การเพิ่มสินค้าระดับ Premium จึงเป็นการยกระดับมาตรฐานของบริษัทและเป็นการบริการลูกค้าอย่างครบวงจรอีกด้วย

บริษัทได้ดำเนินการจัดซื้อเครื่องจักรใหม่ดังกล่าวแล้วในช่วงไตรมาสที่ 4 ปี 2563 และตามแผนงานจะเริ่มดำเนินการติดตั้งเครื่องจักรดังกล่าวตั้งแต่เดือน มกราคม – เมษายน 2564 โดยคาดว่าจะสามารถผลิตและขายได้ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2564 เป็นต้นไป ซึ่งจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้บริษัทสามารถเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ Flexible Packaging ให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้

3. ปัจจัยความเสี่ยง

ปัจจัยภายนอก

1. ราคาวัตถุดิบ

เม็ดพลาสติกเป็นวัตถุดิบหลักของกระบวนการผลิต โดยส่วนใหญ่ราคาจะแปรผันตามราคาน้ำมันตลาดโลก รวมทั้งขึ้นอยู่กับอุปสงค์และอุปทานในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งอยู่นอกเหนือการควบคุมของบริษัท อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการให้สอดคล้องและเพียงพอต่อความต้องการวัตถุดิบที่ใช้สำหรับการผลิต โดยการติดตามการเปลี่ยนแปลงและวิเคราะห์แนวโน้มราคาวัตถุดิบอย่างใกล้ชิด มีการวางแผนการสั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้าให้สอดคล้องกับคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อให้ได้ต้นทุนวัตถุดิบที่มีราคาที่เหมาะสมและให้ประโยชน์ต่อบริษัทสูงสุด

2. คู่แข่งขัน

อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เป็นตลาดขนาดใหญ่มีคู่แข่งมากมาย และเป็นอุตสาหกรรมที่คู่แข่งสามารถเข้าถึงได้ไม่ยาก บริษัทจึงมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียลูกค้าที่มีอยู่ได้ ซึ่งบริษัทได้มีนโยบายในการสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ โดยสินค้าของบริษัทได้ผ่านการรับรองมาตรฐานต่างๆ ตามข้อกำหนดของอุตสาหกรรมการผลิต เช่น ISO9001, GMP, HACCP เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าด้วยบริการที่รวดเร็ว ตรงต่อเวลา จะเห็นได้ว่าตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บริษัทมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียลูกค้าน้อยมาก แต่กลับสามารถขยายเพิ่มขึ้นได้ตามลำดับ

3. พฤติกรรมของผู้บริโภค

การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บรรจุภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดบรรจุเล็กลง ความต้องการที่จะเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ภายในได้นานขึ้น ความสวยงามและทันสมัยของบรรจุภัณฑ์เพื่อดึงดูดผู้บริโภค หรือการรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติก หรือพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง ล้วนส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องปรับตัวให้ทันตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งบริษัทได้มีการปรับตัวโดยขยายการผลิตและการตลาดในบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน หรือ Flexible Packaging ที่สามารถตอบโจทย์ทั้งในด้านความต้องใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กลง มีคุณสมบัติในการเก็บรักษาได้ยาวนานกว่าบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น และมีการใช้พลาสติกในปริมาณที่น้อยเมื่อเทียบกับพลาสติกประเภทขึ้นรูปหรือ Rigid plastic packaging นอกจากนี้บริษัทยังมุ่งเน้นในการศึกษานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ใช้ปริมาณพลาสติกลดลงแต่มีความแข็งแรงเพิ่มขึ้น (Reduce) สามารถนำไปเข้ากระบวนการ Recycle ได้ รวมถึงศึกษาการใช้ Bio Plastic ที่อาจจะนำมาทดแทนในอนาคต

4. สภาพภูมิอากาศ และภัยธรรมชาติ

จากกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัทที่เป็นกลุ่มเกษตรกรสำหรับผลิตภัณฑ์กระสอบพลาสติก เช่น ข้าว ปุ๋ย แป้งมัน และอาหารสัตว์ นั้น สภาพภูมิอากาศรวมถึงภัยธรรมชาติต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตรไม่ว่าจะเป็น ภัยแล้ง หรือ อุทกภัย ถือเป็นความเสี่ยงที่บริษัทไม่สามารถควบคุมได้เช่นกัน ดังนั้น บริษัทจึงได้มีการกระจายกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในสัดส่วนที่พอเหมาะ ไม่กระจุกตัวอยู่ในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งมากเกินไป และมีการวิเคราะห์ตลาด ติดตามสถานการณ์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบรุนแรงต่อยอดขายของบริษัท นอกจากนี้ การที่บริษัทขยายการผลิตและการตลาดในบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อน หรือ Flexible Packaging ยังเป็นการกระจายกลุ่มลูกค้าในตลาดที่กว้างขึ้น อาทิ กลุ่มอาหารสำเร็จรูป ขนมคบเคี้ยว ของใช้ประจำวัน เป็นต้น ซึ่งเป็นการลดความเสี่ยงจากผลกระทบด้านฤดูกาลของสินค้าการเกษตรอีกด้วย

5. การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ

นโยบายของรัฐบาลที่มีแนวโน้มในการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตของบริษัทโดยตรง เนื่องจากเป็นกระบวนการผลิตที่ต้องใช้แรงงานค่อนข้างมาก (Labor Intensive) ทางบริษัทจึงได้มีการ

ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์มาตลอด 2-3 ปีที่ผ่านมา ทั้งในด้านการนำเทคโนโลยีเครื่องจักรที่ทันสมัยมาใช้ทดแทนการใช้แรงงานที่ไม่มีทักษะ หรือ การมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ที่มี Value added มากกว่าการผลิตแบบ Mass Production ส่งผลให้สามารถลดจำนวนแรงงานที่ไม่จำเป็นลงได้ถึงร้อยละ 30 ในรอบปีที่ผ่านมา

ปัจจัยภายใน

1. กระบวนการผลิต

กระบวนการผลิตที่ล่าช้า เครื่องจักรหยุดบ่อย เป็นความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้าได้ตามกำหนด และมีต้นทุนสูง บริษัทได้บริหารจัดการโดยมีนโยบายในการเพิ่มเครื่องจักรที่จะมาช่วยในบางขั้นตอนของกระบวนการผลิตแทนการใช้แรงงานคน เพื่อให้การผลิตใช้เวลาสั้นลงแต่ได้ผลผลิตมากขึ้น และกำหนดมาตรการในการตรวจสอบเครื่องจักรต่าง ๆ และทำแผนซ่อมบำรุงตามวาระเพื่อให้อยู่ในสภาพที่พร้อมจะใช้งานได้ตลอดเวลา อีกทั้งยังมีนโยบายในการจัดหา Outsource สำรองเพื่อใช้ในกรณีที่เครื่องจักรหลักชำรุดหรือมีปัญหาการใช้งาน

2. ความสามารถของบุคลากร

เนื่องจากบริษัทได้ปรับเปลี่ยนการใช้เครื่องจักรเพื่อทดแทนแรงงานคน ทำให้มีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาทักษะของพนักงาน และจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการควบคุมเครื่องจักรที่มีการพัฒนาตามเทคโนโลยีของยุคปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้ลดความเสี่ยงเรื่องของสินค้าไม่ได้คุณภาพลงได้ บริษัทจึงได้ให้ความสำคัญกับแผนการฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรมาโดยตลอด

4. ทรัพย์สินที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ

4.1 ลักษณะสำคัญของสินทรัพย์ถาวรหลักที่บริษัทใช้ในการประกอบธุรกิจ ณ 31 ธันวาคม 2563

สินทรัพย์รวม ตามที่แสดงในงบการเงินตามวิธีส่วนได้เสียของบริษัท ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 เท่ากับ 789.67 ล้านบาท แบ่งเป็นสินทรัพย์หมุนเวียน 149.02 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.87 ของสินทรัพย์รวม และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน 640.65 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 81.13 ของสินทรัพย์รวม โดยสินทรัพย์โดยส่วนใหญ่เป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท

ที่ดิน อาคารและอุปกรณ์

บริษัทมีสินทรัพย์ที่เป็นที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์ มูลค่าตามบัญชีสุทธิรวม 187.36 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 23.72 ของสินทรัพย์รวม

รายการ	มูลค่าสุทธิทางบัญชี (ล้านบาท)
ที่ดิน	27.22
ส่วนปรับปรุงที่ดิน อาคารและสิ่งปลูกสร้าง	75.76
เครื่องจักรและอุปกรณ์	66.24
เครื่องตกแต่งและอุปกรณ์สำนักงาน	1.18
ยานพาหนะ	10.14
สินทรัพย์ระหว่างติดตั้ง	6.82
รวม	187.36

สิทธิการใช้ทรัพย์สิน

บริษัทจัดหาทรัพย์สินเพื่อใช้ในการดำเนินงาน เช่นเช่ายานพาหนะ เช่าอาคาร และเช่าอุปกรณ์ มูลค่าตามบัญชีสุทธิรวม 9.90 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.25 ของสินทรัพย์รวม

รายการ	มูลค่าสุทธิทางบัญชี (ล้านบาท)
สิทธิการใช้สินทรัพย์-ยานพาหนะ	7.86
สิทธิการใช้สินทรัพย์-อาคาร	0.70
สิทธิการใช้สินทรัพย์-อุปกรณ์	1.34
รวม	9.90

ภาระผูกพัน

1. ที่ดินที่เป็นที่ตั้งโรงงาน จังหวัดนครราชสีมา เนื้อที่ 19 ไร่ 3 งาน 45 ตารางวา ซึ่งมีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 27.22 ล้านบาท พร้อมอาคารและอุปกรณ์มูลค่า 75.76 ล้านบาท นำไปจำนองกับสถาบันการเงินแห่งหนึ่งเพื่อค้ำประกันวงเงินหนังสือค้ำประกันสัญญาสถาบันการเงินในวงเงิน 5 ล้านบาท

2. ยานพาหนะซึ่งมีมูลค่าตามบัญชี ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวน 4.40 ล้านบาท ได้ใช้เป็นหลักประกันหนี้สินตามสัญญาเช่าทางการเงินและสัญญาเช่าซื้อ

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

รายการ	ราคาตามบัญชี – สุทธิ (ล้านบาท)
คอมพิวเตอร์ซอฟต์แวร์	1.07

4.2 นโยบายการลงทุนในบริษัทย่อยและบริษัทร่วม

บริษัทได้ส่งตัวแทนกรรมการเข้าไปร่วมกำหนดนโยบายและแนวทางการบริหารงาน รวมทั้งติดตามตรวจสอบและควบคุมผลการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้ ปัจจุบันบริษัทมีสัดส่วนเงินลงทุนในบริษัทร่วม ได้แก่ บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน) ทั้งหมดคิดเป็นร้อยละ 12.51 ของทุนจดทะเบียนของบริษัทร่วม ซึ่งบริษัทจะได้ผลตอบแทนในระยะยาวจากเงินปันผล

5. ข้อพิพาททางกฎหมาย

ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 บริษัทไม่มีข้อพิพาททางกฎหมายที่อาจมีผลกระทบด้านลบต่อสินทรัพย์ของบริษัทที่มีจำนวนสูงกว่าร้อยละ 5 ของส่วนของผู้ถือหุ้น ณ วันสิ้นปีบัญชีล่าสุด ไม่มีข้อพิพาทที่กระทบต่อการดำเนินธุรกิจของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ และไม่มีข้อพิพาทที่มีได้เกิดจากการประกอบธุรกิจโดยปกติของบริษัท

6. ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลสำคัญอื่น

ข้อมูลบริษัท

บริษัท เอ็นอีพี อสังหาริมทรัพย์และอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน) เลขทะเบียนที่ 0107537000831 ประกอบธุรกิจหลักคือ ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์พลาสติก

สำนักงานใหญ่ ตั้งอยู่เลขที่ 41 ซอยพหลโยธิน 5 ถนนพหลโยธิน แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ 0-2271-4213-6 โทรสาร 0-2271-4416

โรงงานของบริษัท ตั้งอยู่ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมนวนคร เลขที่ 999/5 หมู่ที่ 1 ถนนมิตรภาพ กม.231 ตำบลนากลาง อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา 30380 โทรศัพท์ 0-4433-5520-24 โทรสาร 0-4433-5448

Website: www.nep.co.th

บริษัทมีทุนจดทะเบียน 2,808,135,754 บาท ชำระแล้วเป็นหุ้นสามัญ 2,325,380,588 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นเงิน 2,325,380,588 บาท

นิติบุคคลที่บริษัทถือหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป

บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน) ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์และนิคมอุตสาหกรรมเพื่อขายและให้เช่าและการให้บริการสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในนิคมอุตสาหกรรม

สำนักงานปทุมธานีตั้งอยู่เลขที่ 999 หมู่ 13 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12120 โทรศัพท์ 0-2529-0031-5 โทรสาร 0-2529-2171

สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ที่ 999/1 ถนนมิตรภาพ กม.231 ตำบลนากลาง อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา 30170 โทรศัพท์ 0-4400-0111-3 โทรสาร 0-4433-5478

Website: www.navanakorn.co.th

บริษัท นวนคร จำกัด (มหาชน) มีทุนจดทะเบียน 2,048,254,862 บาท ชำระแล้วเป็นหุ้นสามัญ 2,048,254,862 หุ้น มูลค่าที่ตราไว้หุ้นละ 1 บาท คิดเป็นเงิน 2,048,254,862 บาท

บุคคลอ้างอิง

นายทะเบียนหลักทรัพย์

บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด

93 อาคารตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ชั้น 14

ถนนรัชดาภิเษก แขวงดินแดง เขตดินแดง

กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์ 0-2009-9999

Website: www.set.or.th/tsd

ผู้สอบบัญชี

บริษัท สอบบัญชีธรรมนิติ จำกัด

นางสาวชุตินันท์ กอประเสริฐถาวร ผู้สอบบัญชีเลขที่ 9201 หรือ

นางสาวโชติมา กิจศิริกร ผู้สอบบัญชีเลขที่ 7318 หรือ

นางสาววันนิสา งามบัวทอง ผู้สอบบัญชีเลขที่ 6838 หรือ

ผู้สอบบัญชีท่านอื่นที่ ก.ล.ต.ให้ความเห็นชอบ ซึ่งบริษัทสอบบัญชีมอบหมายให้เป็นผู้สอบบัญชีรับผิดชอบจาก บริษัท สอบ
บัญชีธรรมนิติ จำกัด

267/1 ถนนประชากรราษฎร์สาย 1

แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร 10800

โทรศัพท์ 0-2587-8080 โทรสาร 0-2586-0301